

توسعه و تقویت کارآفرینی در مراکز آموزش عالی جهت پرورش مدیران کارآفرین

دکتر علینقی مصلح شیرازی : دانشیار بخش مدیریت دانشگاه شیراز
الهام صانعی : کارشناس ارشد مدیریت

چکیده :

از آنجا که صاحبان و مدیران بنگاهها و موسسات اقتصادی و تولیدی به عنوان نخستین عامل تاثیر گذار در موفقیت یا عدم موفقیت بنگاهها و یا موسسات می باشند، بنابراین پرورش مدیرانی کارآفرین در هر جامعه، می تواند تضمینی برای موفقیت اقتصادی سازمانها و بقای آنها در محیط پر رقابت امروزی باشد همچنین در سطح کلان منجر به توسعه اقتصادی، اجتماعی، رفاه عمومی و ... گردد. رسیدن به این هدف، نتیجه فرایندی است که باید از ابتدای کودکی آغاز گردد و در آموزش و پرورش و آموزش عالی به طور جدی و حساب شده در نظر گرفته شود تا فرد مهارتهای لازم را به درستی فرا بگیرد. بنابراین با توجه به این مساله که آموزش کارآفرینی کلید اصلی ارتقاء درک و توسعه دیدگاه افراد در جامعه و در دانشگاه نسبت به کارآفرینی می باشد، دانشگاهها می توانند با افزایش انگیزه و مهارت فارغ التحصیلان خود جهت کارآفرین شدن، این نیاز را برطرف نمایند.

این مقاله با هدف بررسی پنج انگیزه‌ی مهم کارآفرینی، توفیق طلبی، قدرت طلبی، رقابت طلبی، ریسک پذیری و منبع کنترل، در میان مالک - مدیران و مقایسه آن با مدیران حرفه ای صنایع، زمینه های لازم را برای آموزش و تربیت مدیران کارآفرین فراهم می نماید و توجه برنامه ریزان کشور را به موضوع آموزش کارآفرینی و اهمیت کسب مهارت ها و ویژگی های آن معطوف می کند.

در این تحقیق با استفاده از مقیاس های شناخته شده، سطح روحیه کارآفرینی یک نمونه ی تصادفی ۱۴۴ نفره از میان مالک- مدیران و مدیران حرفه ای صنایع استان اصفهان، از نظر ویژگیهای فوق مورد مطالعه قرار گرفت. نتایج حاصله نشان داد که در مجموع مدیران از سطح روحیه کارآفرینی چندانی برخوردار نیستند. اگر چه از نظر انگیزه توفیق طلبی، مالک - مدیران و مدیران حرفه ای تقریباً در یک سطح قرار داشتند، ولیکن مالک - مدیران از انگیزه ریسک پذیری بالاتری نسبت به مدیران حرفه ای برخوردار بوده و همچنین در مقابل، مدیران حرفه ای از انگیزه های رقابتی و قدرت طلبی بالاتر و منبع کنترل درونی تر برخوردار می باشند. اما به طور کلی بین دو گروه مالک- مدیران و مدیران حرفه ای از نظر سطح روحیه کارآفرینی تفاوت معنی داری مشاهده نشد. در نتیجه، شناخت یک سری از ویژگی های کارآفرینی که در مدیران امروز از اهمیت بیشتری برخوردارند موجب می شود که ما برنامه های آموزشی خود را در زمینه تربیت افراد کارآفرین، در مراکز و موسسات آموزش عالی به گونه ای تدوین کنیم که مباحث آموزشی در جهت تقویت ویژگیهای کارآفرینی باشد.

واژه های کلیدی : کارآفرینی، توفیق طلبی، رقابت طلبی، نیاز به قدرت، ریسک پذیری، مرکز کنترل، مالک - مدیر، مدیر حرفه ای ، آموزش عالی

مقدمه :

دانشگاهها می توانند با افزایش انگیزه و مهارت فارغ التحصیلان خود جهت کارآفرین شدن، این نیاز را برطرف کنند. دانشگاهها می بایستی به منظور ایفای نقش در جهت توسعه اقتصادی، کارآفرینی را به طور عمومی و کاربردی و تجاری نمودن تحقیقات را به طور اخص در دستور کار قرار دهند. تحقیقات دانشگاهی یک منبع ایده و ابداعات با پتانسیل

تجاری شدن می باشند که در سایر موسسات وجود ندارد. بدین منظور علاوه بر آموزش مباحث سنتی کارآفرینی، بایستی افراد با هدف راه اندازی یک کسب و کار جدید آموزش داده شوند (راسمیوسن و سورهایم^۱، ۲۰۰۶).
گفتنی است که دستاوردهای دانشگاهها از دو راه فعالیتهای جامعه را تحت تاثیر خود قرار می دهد: ابتدا با ارائه خدمات آموزشی موجب رشد سرمایه انسانی می شود. سپس به عنوان یک مرکز تحقیقاتی در قالب مراکز تحقیق و توسعه، امکان بکارگیری سایر دستاوردهای جدید علمی در عرصه های گوناگون اقتصادی اعم از صنعت، کشاورزی و خدمات را فراهم می آورد. در این میان تقویت و توسعه کارآفرینی در دانشگاهها می تواند موجب حل معضل اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهها شده و آینده وضعیت شغلی آنان را باتوجه به نوع رشته و تخصص دانشگاهی شان شفاف تر سازد (رهايي، ۱۳۸۴).

بر اساس نتایج مطالعاتی که در سال های ۲۰۰۲ و ۲۰۰۳ در انگلیس انجام شد، پتانسیل آموزشهای دانشگاهی در بالا بردن کیفیت رشد شرکت ها، بایستی مورد توجه قرار گیرد. زیرا که سرمایه گذاری در آموزش کارآفرینی یک سرمایه گذاری بلند مدت است. در حقیقت هدف بلند مدت، رسیدن به این مساله می باشد که راه اندازی کسب و کار و ایده یک کسب و کار مستقل به عنوان بخشی از زندگی دانشگاهی، تلقی شود (رابرتسون و کلینز^۲، ۲۰۰۳).
بر اساس این تحقیقات، این امیدواری وجود دارد که با آموزش کارآفرینی در دانشگاهها، تعداد شرکت های راه اندازی شده با کیفیت بالا، توسط دانشجویان افزایش یابد. در اقتصاد در حال تغییر که عمر شرکت ها کوتاه می شود، بایستی تمایل و توانایی خلق و ابقای شرکت های با کیفیت بالا را در دانشگاه ارتقاء داد (گالووی و برون^۳، ۲۰۰۲).

روند تکامل نظری کارآفرینی

روند تحول زندگی از دوران غارنشینی تاکنون به شیوه های متفاوتی توصیف شده است؛ اما آنچه که در تمامی تحلیل ها مورد توجه قرار گرفته است همانا نقش «عامل تغییر» یا در واقع همان نیرویی است که پیشرفت مادی را سبب شده است. امروزه متوجه شده ایم که این عامل تغییر از ابتدا تاکنون وجود داشته و در آینده نیز نقش آنرا کارآفرینان ایفاء خواهند نمود. کارآفرینان در واقع به تغییر به عنوان مقوله تعیین کننده می نگرند. آنها ارزشها را تغییر می دهند و ماهیت آنها را دچار تحول می کنند (احمدپور داریانی، ۱۳۷۶).

پیدایش مفاهیم نظری کارآفرینی با گسترش وسیع این اصطلاح همزمان بوده است که در زیر به روند تکامل نظری کارآفرینی از ابتدای پیدایش واژه آن می پردازیم:

دوره اول: قرون ۱۵ و ۱۶ میلادی «صاحبان پروژه های بزرگ»

در این دوران اصطلاح کارآفرین هم برای بازیگر و هم برای شخصی که طرحهای تولیدی بزرگ را اداره می کرد به کار می رفت. کارآفرینان در قرون وسطی عموماً از بزرگان بودند. در تعاریف این دوره پذیرش مخاطره، لحاظ نشده است (هیسریچ و پیترز، ۲۰۰۲: ۷).

دوره دوم: قرن ۱۷ میلادی «مخاطره پذیری»

در این دوره بعد جدیدی به کارآفرینی اضافه شد: مخاطره پذیری. در واقع برقراری ارتباط مابین ریسک و کارآفرینی در قرن هفدهم شکل گرفت، به طوری که کارآفرین به شخصی اطلاق می شد که به منظور عرضه خدمات یا تهیه محصولات مقرر با دولت قرارداد می بست و از آنجا که قیمت قرارداد ثابت بود، نتیجه سود یازیان از آن کارآفرین بود.
دوره سوم: قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی و اوایل قرن بیستم «تمایز کارآفرینان از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد»

1. Rasmussen and Sorheim

2. Robertson and Collins

3. Galloway and Brown

4. Change Agent

در این دوره، به دنبال صنعتی شدن جوامع بین صاحب سرمایه و فردی که به سرمایه نیاز دارد تفاوت گذاشته شد. به بیان دیگر، کارآفرین از تامین کننده سرمایه (به تعبیر امروز سرمایه گذار فعالیت کارآفرینانه) متمایز شد.

دوره چهارم: دهه های میانی قرن بیستم میلادی «نوآوری»

در این دوره، نظریه کارآفرین نوآور پایه ریزی شد و مفهوم نوآوری به یک جزء اصلی تعریف کارآفرینی تبدیل شد. در این دوران بین مدیر و کارآفرین تمایز ایجاد شد. کارآفرین نوآور شخصی است که چیزی بدیع آماده بهره برداری می کند.

دوره پنجم: دوران معاصر (از ۱۹۸۰ تاکنون) «رویکرد چند جانبه»

در این دوره همزمان با موج ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و نیز مشخص شدن نقش کارآفرینی به عنوان تسریع کننده این سازوکار، توجه زیادی به این مفهوم جلب شد و رویکرد چند جانبه به این موضوع صورت گرفت. تا قبل از این دوره اغلب توجه اقتصاددانان به کارآفرینی معطوف بود، اما در این دوره به تدریج روانشناسان، جامعه شناسان و دانشمندان و محققین علوم مدیریت نیز به ابعاد مختلف کارآفرینی و کارآفرینان توجه نمودند. عمده توجه این محققین بر شناخت ویژگی های کارآفرینان و علل حرکت فرد به سوی کارآفرینی است (آقاجانی، ۱۳۸۴).

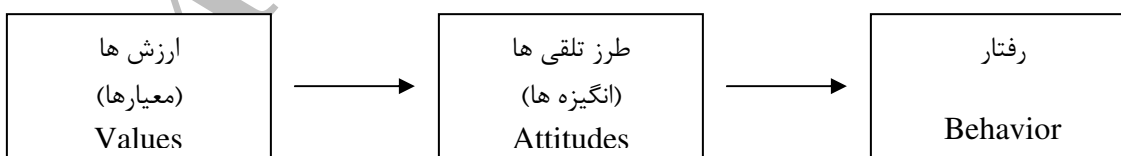
کارآفرینی از نقطه نظر رویکرد ویژگی ها^۵ یا رویکرد شخصیتی

پدیده کارآفرینی از زوایای مختلفی قابل کنکاش و بررسی است. اقتصاددانان کانون توجه خود را تنها بر فضای اقتصادی کارآفرینی متمرکز می کردند و در نتیجه از ویژگی ها و عوامل فردی و اجتماعی که به طور مثبت یا منفی بر فرد کارآفرین تاثیر می گذارند، غافل بودند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۳ : ۷۵).

در مقابل روانشناسان در اواسط قرن بیستم توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد معطوف داشتند و اکثر آنها به دنبال کشف پاسخ این سوال بودند که کدام ویژگیهای فردی کارآفرین است که وی را از غیر کارآفرین متمایز می سازد. هدف روانشناسان در واقع شناخت و کشف چگونگی ایجاد این ویژگیهای متمایز کننده می باشد. از اینرو از تحقیقات این دانشمندان به عنوان رویکرد شخصیتی یا ویژگیها نام برده می شود.

درون مایه اصلی رویکرد ویژگیها، تفاوت قایل شدن بین کارآفرین و غیر کارآفرین است، با فرض اینکه کارآفرینان دارای ویژگی های شخصیتی هستند که زیر بنای رفتار و موفقیت آنان را شکل می دهد. مدل نظری و زیر بنایی این رویکرد مدل عمومی رفتارشناختی است که رفتار انسان را متأثر از طرز تلقی ها و انگیزه های وی دانسته و طرز تلقی فرد هم به نوبه خود مبتنی بر نظام ارزشی یا معیارهای اوست.

در این رویکرد، کارآفرینی یک رفتار قلمداد می شود که ناشی از انگیزه ها و عوامل انگیزش کارآفرینی است :



مدل نظری رویکرد ویژگی ها

یکی از باورهای اساسی در رویکرد ویژگی ها این است که افرادی که از این ویژگی ها برخوردارند با احتمال بیشتری به کارآفرینی دست می زنند. بدیهی است برای اقدام کارآفرینانه عوامل و شرایط بیرونی دیگری افزون بر ویژگی ها و انگیزه

⁵. Trait Approach

های درونی کارآفرینی باید مهیا باشد. شاید بتوان گفت که در شرایط مساوی، افرادی که از این انگیزه ها و ویژگی ها برخوردارترند نسبت به افرادی که از این ویژگی ها کمتر برخوردارند با احتمال بیشتری به کارآفرینی روی می آورند(مصلح شیرازی، ۱۳۸۴).

نکته دیگر اینکه، پژوهشگران این رویکرد را از جهتی می توان به دو گروه عمده تقسیم نمود: گروه اول که عمدتاً پیشینیان هستند قایل به ذاتی بودن این ویژگی ها می باشند، بدین معنی که افراد یا ذاتاً از این ویژگی ها برخوردارند یا نه. گروه دوم که از تجارب روانشناختی جدید بهره جسته اند بسیاری از این ویژگی ها را اکتسابی می دانند. از نظر گروه دوم، بسیاری از ویژگی های مهم کارآفرینی همچون توفیق طلبی، نوآوری و خلاقیت، کنترل درونی، تحمل ابهام، استقلال طلبی و مخاطره پذیری و ... به مثابه مهارت ها قابلیت آموزش و فراگیری دارند. لذا برنامه های آموزشی متنوعی برای آموزش و تقویت این خصیصه ها در افراد تدارک دیده اند(مصلح شیرازی و جغتائی، ۱۳۷۶).

ویژگیهای شخصیتی، امکان بیان نظام موجود در رفتار افراد و تشریح این مساله که چرا افراد مختلف در موقعیت های مشابه و یکسان، متفاوت عمل می کنند را فراهم می کند. هر روزه واژه هایی چون ارباب منشی، اجتماعی و پر کار بودن توسط همه ما برای توصیف این نظام استفاده می شود و محققان دریافته اند که ویژگیهای افراد در یک دسته بندی، ابعاد گسترده ای از شخصیت را تشکیل می دهند. این جنبه های شخصیت با دامنه وسیعی از رفتار، هم در محیط کاری و هم در سایر جنبه های زندگی ارتباط می یابند(لیولی و ویلسون^۶، ۲۰۰۳).

به طور کلی در مورد برخی از مردم، ویژگیهای کارآفرینی، ذاتی می باشد اما این بدان معنی نیست که سایر افراد نمی توانند این رفتارها را بیاموزند. کارآفرینان، هر آنچه را که برای موفقیت نیاز دارند می آموزند. بنابراین تقریباً هر فردی می تواند یک کارآفرین باشد. کلید اصلی نوعی عامل تحریک و انگیزه می باشد که افراد را به سمت دنیای کارآفرینی به حرکت در می آورد(گرنا^۷، ۲۰۰۵).

ویژگیها و ابعاد رفتار کارآفرینی مورد پژوهش

در این پژوهش ویژگی های زیر مورد مطالعه قرار گرفت :

- نیاز به توفیق^۸ یا انگیزه توفیق طلبی

لذت انجام دادن کار و به پایان بردن موفق آن. خود کارنیز بایستی چالشی باشد به طوریکه انجام آن از عهده همه کس برنیاید. راه اندازی فعالیت های اقتصادی در موقعیت های رقابتی معمولاً از چنین ویژگیهایی برخورداراست. لذا کارآفرینان معمولاً باید از انگیزه توفیق طلبی بالاتری برخوردار باشند(مصلح شیرازی، ۱۳۸۴).

- نیاز به قدرت^۹ یا انگیزه قدرت طلبی

نفوذ در دیگران به منظور انجام دادن کاری که مورد نظر است. از آنجا که اقدامات کارآفرینانه معمولاً نیاز به همکاری بیش از یک نفر دارد، کارآفرین باید از درجات قدرت طلبی بیشتری برای به ثمر رساندن آن اقدام با مشارکت دیگران، برخوردار باشد. از طرفی هم، در بیشتر جوامع، فعالیت های کارآفرینانه موفق برای کارآفرین آن، ثروت، شهرت و قدرت می آورد(مصلح شیرازی، ۱۳۸۴).

- انگیزه رقابتی یا قرار گرفتن در موقعیت های رقابتی^{۱۰}

⁶. Llewelly and Wilson

⁷. Gerena

⁸. Need for Achievement

⁹. Need for Power

قرار گرفتن در موقعیت رقابتی از ویژگی های کارآفرینان است که این افراد همیشه خود را در موقعیت های مقایسه ای قرار می دهند و جو رقابتی است. جوی که همه افراد نسبت به عملکرد، برنامه، استراتژی، هدف ها و نوآوری های رقبا حساس می باشند.

- تمایل به مخاطره پذیری^{۱۱} یا انگیزه ریسک پذیری

عبارت است از پذیرش مخاطره های معتدل که می توانند از طریق تلاشهای شخصی مهار شوند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۳: ۸۴).

- مرکز کنترل^{۱۲}

عقیده فرد نسبت به اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی می باشد را مرکز کنترل می نامند. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند که وقایع خارجی که خارج از کنترل آنها می باشد، سرنوشت آنها را تعیین می کند. در مقابل، افراد با مرکز کنترل درونی، به خود ایمان دارند و به عقیده آنها شکستها و پیشرفتها تحت کنترل و نفوذ آنها بوده و خود را در نتایج عملکردهایشان موثر می دانند (احمد پور داریانی، ۱۳۸۳: ۸۲).

به نظر می رسد که برخورداری از ویژگی های فوق می تواند روحیات کارآفرینی در ایران را به حد کافی تعریف کند. در این پژوهش برای اندازه گیری ویژگی های فوق در افراد نمونه از مقیاس ها و ابزار شناخته شده، که در دیگر پژوهش های خارجی و تحقیقات داخلی، مستقلاً ترجمه و هنجاریابی شده، روایی و پایایی آنها احراز گردیده و با موفقیت بکار گرفته شده است، استفاده گردید. بدین ترتیب یک پرسشنامه تلفیقی حاوی پنج مقیاس و دیگر اطلاعات مورد لزوم تدوین و از طریق پست برای مالک- مدیران و مدیران حرفه ای صنایع استان اصفهان که در نمونه گیری ما انتخاب شده بودند، ارسال گردید. سپس با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون های آماری (توصیفی و استنباطی)، اطلاعات گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در حوزه آمار استنباطی عمدتاً از آزمونهای تی، تحلیل واریانس یک طرفه و همبستگی استفاده شد.

برخی نتایج پژوهش

در این قسمت از مقاله پاره ای از نتایج تحقیق ارائه می گردد. به منظور اندازه گیری سطح کارآفرینی از ابعاد توفیق طلبی، قدرت طلبی، موقعیت رقابتی، ریسک پذیری و منبع کنترل، در میان مالک - مدیران و مدیران حرفه ای، در این قسمت نمراتی را که مدیران از انگیزه های مورد تحقیق بدست آورده اند، به صورت توصیفی در جدول های شماره ۱ و ۲ ارائه می نمایم.

¹⁰ . Competitive Situation

¹¹ . Risk taking

¹² . Locus of Control

نام متغیر	تعداد نمونه	بیشترین نمره	کمترین نمره	میانگین	انحراف معیار
توفیق طلبی	107	8	3	6.15	1.285
قدرت طلبی	107	8	2	5.06	1.582
موقعیت رقابتی	107	4	-2	0.50	1.454
ریسک پذیری	107	24	6	11.56	3.698
منبع کنترل درونی	107	21	7	14.22	3.177
سطح روحیه کارآفرینی	107	51.5	22	37.493	5.9045

جدول شماره ۱- آمار توصیفی نمراتی که مالک - مدیران در انگیزه های مورد تحقیق بدست آورده اند.

نام متغیر	تعداد نمونه	بیشترین نمره	کمترین نمره	میانگین	انحراف معیار
توفیق طلبی	37	8	3	6.28	1.542
قدرت طلبی	37	8	3	6.04	1.338
موقعیت رقابتی	37	4	-1	0.88	1.166
ریسک پذیری	37	15.5	6.5	11.120	2.728
منبع کنترل درونی	37	21	9	15.04	3.494
سطح روحیه کارآفرینی	37	50.5	23	39.360	5.674

جدول شماره ۲- آمار توصیفی نمراتی که مدیران حرفه ای در انگیزه های مورد تحقیق بدست آورده اند.

لازم به ذکر است که حدود تعییرات انگیزه های توفیق طلبی و قدرت طلبی بین صفر و ۸، موقعیت رقابتی ۵+ و ۵-، ریسک پذیری بین صفر و ۲۹ و مرکز کنترل درونی صفر و ۲۱، می توانست باشد. همچنین در این تحقیق «سطح روحیه کارآفرینی» هر واحد نمونه تحقیق از جمع نمرات وی مربوط به پنج انگیزه توفیق طلبی، قدرت طلبی، موقعیت رقابتی، ریسک پذیری و مرکز کنترل درونی، بدست آمده است.

توزیع نمرات انگیزه ها و سطح روحیه کارآفرینی به توزیع نرمال نزدیک است و می توان گفت که نمونه مورد استفاده در این پژوهش از توزیع نرمال بدست آمده است. به منظور تایید مطلب از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف^{۱۳} که از رایج ترین آزمونهای تطابق توزیع می باشد، جهت بررسی نرمال بودن نمونه آماری (مالک - مدیر و مدیر حرفه ای) استفاده شد و با توجه به نتایج بدست آمده دلیلی بر ضد این ادعا که توزیع مورد نظر نرمال است،

¹³ . Kolmogorov – Smirnov Test

وجود ندارد ($Z_E = 0.530; P > 0.05$). همچنین با مقایسه میانگین^{۱۴}، میانه^{۱۵} و مد^{۱۶} در نمونه آماری، مشاهده شد که این پارامترها اختلاف چندانی با هم ندارند. برای مقایسه سطح روحیه کارآفرینی از ابعاد توفیق طلبی، قدرت طلبی، موقعیت رقابتی، ریسک پذیری و منبع کنترل، در میان مالک-مدیران و مدیران حرفه ای صنایع استان اصفهان، از آزمون تی در سطح اطمینان ۹۵ درصد استفاده نمودیم که نتایج بدست آمده در جدول شماره ۳ ارائه گردیده است.

		مدیران حرفه ای		مالک - مدیران		
p-value	t	σ	μ	σ	μ	
0.687	-0.405	1.542	6.28	1.285	6.15	توفیق طلبی
0.007	-2.782	1.338	6.04	1.582	5.06	قدرت طلبی
0.241	-1.181	1.166	.88	1.454	.50	موقعیت رقابتی
0.585	0.548	2.7282	11.120	3.6981	11.563	ریسک پذیری
0.283	-1.081	3.494	15.04	3.177	14.22	منبع کنترل
0.172	-1.375	5.6744	39.360	5.9045	37.493	سطح روحیه کارآفرینی

جدول شماره ۳- آزمون تی برای بررسی سطح روحیه کارآفرینی از ابعاد توفیق طلبی، قدرت طلبی، موقعیت رقابتی، ریسک پذیری، منبع کنترل، بین مالک - مدیران و مدیران حرفه ای

همچنین مدیران بر اساس سن، میزان تحصیلات و تجربه کار مدیریتی مورد بررسی قرار گرفتند که به منظور بررسی تاثیر این متغیرها بر انگیزه های توفیق طلبی، قدرت طلبی، موقعیت رقابتی، ریسک پذیری و سطح روحیه کارآفرینی در میان مدیران صنایع، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده گردید. نتایج بدست آمده دربخش بعدی، مطرح می شوند.

یافته های پژوهش

¹⁴ . Mean
¹⁵ . Median
¹⁶ . Mode

از تجزیه و تحلیل نتایج بدست آمده چنین استنباط می شود که:

۱- بین مالک - مدیران حرفه ای در انگیزه های توفیق طلبی، رقابت طلبی، ریسک پذیری، منبع کنترل درونی و سطح روحیه کارآفرینی، تفاوت معنی داری ملاحظه نگردید ($P > 0.05$).

به نظر می رسد که مدیران حرفه ای به منظور پیمودن پله های ترقی همواره در تلاش بوده و به دنبال پیشرفتی دائمی می باشند، تا بتوانند پست خود را حفظ نموده و یا شاید این تلاش منجر به دریافت موقعیت شغلی مناسب تر با شرایطی بهتر، برای آنها گردد. مدیران حرفه ای به دنبال این هستند که ثابت کنند بهتر از نفر قبلی کار می کنند، بنابراین بایستی از نیاز به توفیق بالایی برخوردار باشند. همچنین مالک - مدیران نیز نیازمند انگیزه توفیق طلبی در سطح بالایی می باشند زیرا این نیاز، مالک - مدیران را تحریک می کند تا کارآفرین شوند و کارآفرینان آینده نگری که شرکتهای جدیدی تاسیس کرده باشند را به سوی رشد هدایت می نماید.

قرار گرفتن در موقعیت های رقابتی و نظر مثبت نسبت به آنها، نیز به عنوان یکی از لازمه های نقش مدیر کارآفرین در سازمان های امروزی، می باشد. بنابراین می توان بیان کرد که مدیران حرفه ای برای ابقاء در سمت خود، سعی می کنند از عهده کاری که بر روی آن وقت و انرژی خود را متمرکز کرده اند، به درستی برآیند، بنابراین بایستی از موقعیت رقابتی استقبال نمایند. مالک مدیران نیز برای حفظ موقعیت و همچنین توسعه کسب و کار خود به منظور برخورداری از پیشرفتی دائمی در موقعیت های رقابتی، نیازمند برخورداری از انگیزه رقابتی در سطح بالایی می باشند.

همچنین به نظر می رسد که مدیرحرفه ای از روحیه ریسک پذیری کمتری برخوردار می باشد زیرا بایستی به فرد یا افرادی که دارای اختیار عزل او بوده و می توانند تصمیمات را لغو کنند، گزارش دهد. در حالیکه هر گونه نتیجه ای که ریسک پذیری مالک - مدیران به دنبال داشته باشد، خواه مالی باشد، خواه اجتماعی یا روانی، در درجه اول متوجه خود آنها بوده و خود مسئولیت آن را بر عهده خواهند گرفت.

در ارتباط با منبع کنترل نیز می توان اینگونه بیان کرد که نیاز به پیشرفت با اعتقاد به منبع کنترل درونی رابطه دارد. افرادی که منبع کنترل درونی دارند، پیشرفت گراتر از کسانی اند که منبع کنترل بیرونی دارند.

افرادی که دارای نیاز به توفیق بالا هستند، به توانایی خود برای تحت کنترل درآوردن نتایج تلاشهایشان اعتقاد دارند.

۲- میانگین نمرات انگیزه قدرت طلبی در مدیران حرفه ای بالاتر از مالک-مدیران بوده که این تفاوت از نظر آماری معنی دار می باشد. از آنجا که انگیزه قدرت و به کارگیری مناسب از قدرت توسط مدیران حرفه ای برای کسب موفقیت سازمانی، لازم و ضروری است، انتظار بدست آمدن چنین نتیجه ای وجود داشت. در واقع انگیزه قدرت را می توان عاملی برای بدست آوردن موقعیتهای برتر و توانایی تاثیرگذاری بر دیگران تعریف کرد که افراد با انگیزه قدرت بالا، معمولاً از نفوذ بر دیگران لذت می برند و به منظور جهت دادن به رفتار آنان برای رسیدن به اهداف تلاش می کنند. بنابراین مدیران حرفه ای باید از قدرت کافی بهره مند باشند تا بتوانند در زیردستانشان نفوذ کرده و آنها را به کوششی در جهت رسیدن به اهداف سازمانی و اجرای استراتژیهای انتخاب شده، وادار سازند.

۳- بنا بر نتایج این تحقیق مدیرانی که در محدوده سنی ۲۰-۳۰ و ۳۰-۴۰ قرار دارند، از بیشترین ریسک پذیری برخوردار می باشند. بنابراین می توان بیان نمود که مدیران جوان تر، ریسک پذیرتری باشند در واقع دلیل این امر را می توان اینگونه بیان کرد که در این سنین نوعی تعادل بین تجربیات لازم و اولیه از یک سو و مسئولیت های خانوادگی از سوی دیگر ایجاد می شود و در نتیجه نیاز به ریسک پذیری، افراد جوان را برمی انگیزد تا موقعیت های کارآفرینانه را انتخاب نمایند.

۴- تاثیر میزان تحصیلات بر انگیزه های قدرت طلبی، موقعیت رقابتی، ریسک پذیری و کنترل درونی، از نظر آماری مورد تایید قرار نگرفت. ولی با توجه به نتایج بدست آمده، مدیران با تحصیلات بیشتر از انگیزه توفیق طلبی بالاتری برخوردار می باشند و همچنین سطح روحیه کارآفرینی در آنها بالاتر است.

با افزایش سطح تحصیلات در افراد جامعه، به دلیل افزایش آگاهی و بینش نسبت به مسائل پیرامون و همچنین بالارفتن سطح درک و دانش افراد به منظور تصمیم‌گیری برای آینده، نیاز به توفیق طلبی در آنها افزایش می‌یابد و ترجیح می‌دهند که به فعالیت‌های پر انرژی و سودمند بپردازند و نسبت به نتایج عملکرد خود احساس مسئولیت شخصی کنند و به بازتاب نتایج عملکرد خود شدیداً تمایل نشان دهند. بنابراین افراد با تحصیلات بیشتر خواه یک کارآفرین مستقل باشند و خواه یک کارآفرین سازمانی، از سطح روحیه کارآفرینی بالاتری برخوردار می‌باشند.

۵- تاثیر تجربه کاری مدیران بر هیچ یک از انگیزه‌های کارآفرینی به غیر از ریسک‌پذیری، از نظر آماری معنی‌دار نبود. بنابراین می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که مدیران با تجربه کاری کمتر، ریسک‌پذیرتری باشند. انتظار چنین نتیجه‌ای دور از ذهن نبود، زیرا مدیران جوان‌تر و با تجربه کاری کمتر، علاقه بیشتری را به آغاز فعالیت‌های توسعه‌ای واکنش اجتماعی نشان می‌دهند و همین مساله آنها را به سمت پذیرش مخاطره‌های ناشی از فعالیت‌های کارآفرینانه سوق می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

این یک واقعیت است که در ایران، از یک سو تنها تعدادی از افراد به این نتیجه می‌رسند که باید کسب و کاری را به صورت مستقل، برای خود داشته باشند و اداره آن را مستقلاً به عهده بگیرند. اما در اینجا یک سوال مطرح می‌شود: چرا عده‌ای مادام‌العمر خود را عضو کوچکی در یک مجموعه می‌دانند و سعی نمی‌کنند که خود، صاحب یک مجموعه باشند؟ شاید یک دلیل برای این مساله آن باشد که اینگونه افراد می‌ترسند حقوق ماهیانه خود را از دست بدهند، آنها نمی‌توانند ریسک، عدم اطمینان و فکر بی‌پولی را تحمل کنند. دلیل دیگری که باعث می‌شود افراد کمی برای خود به صورت مستقل کار کنند، نبود سرمایه اولیه برای شروع کار است.

همچنین تخصیص اعتبارات و تسهیلات مالی در کشور، به عنوان یکی از تدابیر دولت برای تقویت کارآفرینی و کاهش نرخ بیکاری، می‌باشد. از جمله، تخصیص وام به افرادی که دارای پروژه مناسبی برای ایجاد یک کسب و کار جدید برای خود بوده و می‌توانند بانک را متقاعد کنند که پروژه مزبور از نظر مالی و عملیاتی عملی است، تخصیص ارز خارجی به شرکت‌های خصوصی صادراتی که می‌توانند مشاغل جدید تولید کنند، تخصیص بخشی از درآمد مازاد نفت برای ایجاد اشتغال در مناطق توسعه نیافته و ...

در نتیجه از سوی دیگر هر چند که این تدابیر با هدف تخصیص تسهیلات مالی، گامی مثبت در جهت کاهش نرخ بیکاری و تقویت کارآفرینی می‌باشند، لیکن از آنجا که تدابیر مذکور تا حدود زیادی متکی بر روش‌ها و مکانیزم‌های اداری بوده و با توجه به مشکلاتی که در دستگاه اداری کشور با آن روبه‌رو هستیم، امکان این مساله وجود دارد که این تدابیر به صورت مکانیزمی برای رانت‌خواری و رانت‌دهی عمل کنند تا مکانیزمی با هدف تقویت کارآفرینی.

بنابراین می‌توان به این نتیجه رسید که افرادی که در ایران به عنوان کارآفرین و مالک - مدیر، کسب و کار جدیدی را بنیانگذاری می‌نمایند و مدیریت آن را عهده‌دار می‌شوند، در اصل دارای همه ویژگی‌های کارآفرینی نمی‌باشند. کارآفرینی برای آنها تنها تا مرحله تاسیس شرکت معنی پیدا می‌کند در حالیکه مساله مهم، ادامه فرایند کارآفرینی و تقویت روحیه کارآفرینی می‌باشد. بدین معنی که تنها به دلیل برخورداری از انگیزه ریسک‌بالا و در اختیار داشتن سرمایه مالی لازم جهت راه‌اندازی یک کسب و کار، به این امر اقدام نکنند. ادامه فرایند کارآفرینی و تقویت آن یعنی، همواره در جستجوی فرصت‌ها بودن به منظور خلق و ایجاد ارزشی جدید.

با توجه به تمامی مطالب ارائه شده و همچنین نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر، به نظر می‌رسد که می‌توان کارآفرینی مدیران در ایران را نتیجه تاثیر متقابل (مثبت یا منفی) سه عامل دانست:

۱- ویژگی‌های شخصیتی: توفیق‌طلبی، قدرت‌طلبی، رقابت‌طلبی، ریسک‌پذیری، منبع کنترل و ...

- ۲- ویژگی های رفتاری : جنسیت، سن، تحصیلات، تجربه کار مدیریتی و ...
- ۳- عوامل محیطی : عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، حمایت های مالی و غیر مالی، سیاست های دولت و ...
- در نهایت می توان اینگونه بیان کرد که یکی از مهمترین مسائلی که برای پرورش مدیران کارآفرین بایستی مورد توجه قرار گیرد و بارها در کتابها و مقالات مختلف بر آن تاکید شده است، آموزش می باشد. می توان برنامه هایی را با اهداف زیر در دانشگاهها و همچنین در میان مدیران در سازمانهای مختلف برگزار نمود :
- ۱- برنامه های آموزشی به منظور آگاهی نسبت به مفهوم کارآفرینی و ابعاد مختلف آن در ایران با هدف افزایش درک و بینش نسبت به کارآفرینی و جهت گیری به سوی آن.
- ۲- آزمون ویژگیهای شخصیتی دانشجویان و مدیران در ابتدای دوره و گروه بندی آنها بر اساس نیازشان به تقویت ویژگی های کارآفرینانه.
- ۳- برگزاری دوره های آموزشی با عنوان رشد و بقای شرکتها، در میان مالک - مدیران. تا آنها بتوانند پس از اقدام به تاسیس یک کسب و کار جدید، همواره روحیهی کارآفرینانه خود را حفظ نموده و به تقویت آن بپردازند. اهداف این دوره های آموزشی بهتر است: شناخت فرصت ها و چگونگی بهره برداری از آنها، آشنایی با تکنولوژی و دانش فنی جدید و چگونگی بکار گیری آنها، روشهای جدید علمی، مدیریتی و بازرگانی و... باشد.
- ۴- با توجه به نتایج تحقیق می توان در پستیهای که احتیاج به کمی جسارت در تصمیم گیری و مخاطره پذیری در عمل دارند، همچنین نیازمند نوآوری و خلاقیت می باشد، به افراد جوان تر و با تحصیلات بالاتر، اعتماد کرده و فرصت را در اختیار آنان قرار دهیم تا بدین وسیله به تقویت انگیزه های آنان نیز بپردازیم.

منابع

- ۱- آقاجانی، حسنعلی (۱۳۸۴). "کارآفرینی: مفاهیم، نظریات و ضرورت وجودی". *فصلنامه رویش*، شماره ۱۰.
- ۲- آقازاده، هاشم و حسین رضازاده (۱۳۸۳). "کارآفرینان سازمانی". *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۵۲، ۲۰-۱۴.
- ۳- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۳). *کارآفرینی (تعاریف، نظریه ها، الگوها)*، چاپ پنجم، تهران، شرکت پردیس ۵۷.
- ۴- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۷۶). "کارآفرینی، استراتژی مناسب برای بهره وری". *ماهنامه تدبیر*، شماره ۷۷، ۳۱-۳۰.
- ۵- رهایی، زهرا (۱۳۸۴). "بررسی نقش آموزش عالی در حل مشکل اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاهها". *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۵۹، ۷۸-۷۴.
- ۶- مصلح شیرازی، علی نقی و ناهید جغتایی (۱۳۷۶). "انگیزش مدیریتی و آموزش مدیریت: یک شکاف". *فصلنامه علمی-پژوهشی دانش مدیریت*، شماره ۴۰ و ۳۹، ۹۶-۱۲۵.
- ۷- مصلح شیرازی، علی نقی (۱۳۸۴). "مقایسه ویژگیهای کارآفرینی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شیراز". *مجموعه مقالات سمینار توسعه کارآفرینی و تحلیل از زنان کارآفرین*، مرکز کارآفرینی دانشگاه شیراز.
- ۸- هرسی، پل، بلانچارد، کنت ایچ و دیویی ای. جانسون (۱۳۸۳). *مدیریت رفتار سازمانی*، ترجمه: قاسم کبیری، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، مرکز انتشارات علمی.

9. Galloway, L. and W. Brown (2002). " Entrepreneurship education at University : A Driver in the Creation of Growth Firms?" *Education & Training*, VOL. 44, PP. 398-406.
10. Gerena, C.(2005). " Nature vs. Nurture" *Region Focus*, VOL. 9, PP. 17-20.
11. Llewelly D. J. and K. M. Wilson(2003). "The Controvesial Rol of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology" *Education + Training*, VOL. 45, PP.341-345.
12. Rabertson, M. and A.Collins (2003). "Developing Entrepreneurship in West Yorkshire :West Yorkshire Universities Partnership and Business" *Education & training*, VOL. 45, PP. 303-308.
13. Rasmussen, E. A. and R. Sorheim (2006). "Action-Besed Entrepreneurship Education" *Technovation*, VOL. 26, PP. 185-194.

Archive of SID